



**PENGARUH KEPUASAN, REPUTASI, DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(STUDI PADA MINIMARKET INDOMARET KARANGBENER
KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh :

VERA 'INAYAH

NIM. 2012-11-038

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2016**

**PENGARUH KEPUASAN, REPUTASI, DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(Studi pada Minimarket Indomaret Karangbener Kudus)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, 2016

Mengetahui,
Ketua ProgDi

Pembimbing I

NOOR AZIS, SE, MM
NIDN. 0609107501

Dra. Hj. PANCA WINAHYUNINGSIH, MM
NIDN. 0608086402

Mengetahui,
Dekan

Pembimbing II

Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM
NIDN. 0618066201

IWAN SUROSO, SE, MM
NIDN. 0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

1. Mereka itulah orang yang dibalasi dengan martabat yang tinggi (dalam syurga) karena kesabaran mereka dan mereka disambut dengan penghormatan dan ucapan selamat di dalamnya.

(Q.S. Al-Furqaan; 75)

2. Barang siapa yang taat kepada Allah dan Rasul-Nya dan bertaqwa kepada-Nya, maka mereka adalah orang-orang yang mendapat kemenangan.

(QS. An-Nuur ayat 52)

Persembahan :

1. Ayahanda dan Ibunda tercinta yang selalu menjadi guru, sahabat dan penopang lewat do`a dan kasih sayang
2. Sahabat-sahabatku
3. Almamater UMK

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan berkah-Nya, sehingga skripsi dengan judul **Pengaruh Kepuasan, Reputasi, dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Minimarket Indomaret Karangbener Kudus)** dapat penulis selesaikan. Skripsi ini disusun untuk sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis dapat membimbing dan bantuan yang berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Suparno, SH, M.S, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus.
3. Bapak Noor Azis, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
4. Ibu Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM, selaku Dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis hingga selesainya skripsi ini.
5. Bapak Iwan Suroso, SE, MM, selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis hingga selesainya skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah menyumbangkan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis dan seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah membantu penulis selama menempuh studi.`

7. Seluruh staff pengelola minimarket Indomaret Karangbener Kudus yang telah membantu kelancaran dalam proses penelitian.
8. Seluruh konsumen minimarket Indomaret Karangbener Kudus yang telah menjadi responden dalam penelitian ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang juga banyak memberikan dorongan sumbangan tenaga dan pikiran serta doa, sehingga tersusunnya skripsi ini.

Tiada suatu apapun yang dapat penulis berikan kepada beliau yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini, kecuali hanya do'a semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal. Amien.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Kudus, Juli 2016

Peneliti

VERA 'INAYAH
NIM. 2012-11-038

ABSTRAK

PENGARUH KEPUASAN, REPUTASI, DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI PADA MINIMARKET INDOMARET KARANGBENER KUDUS)

Vera 'Inayah
NIM. 2012-11-038

Dosen Pembimbing I : Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM

II : Iwan Suroso, SE, MM

Fenomena yang terjadi pada saat ini loyalitas pembelian pada Minimarket Indomaret Karangbener Kudus adalah belum secara keseluruhan masyarakat memilih berbelanja di minimarket, sebagian masyarakat cenderung masih tetap berbelanja pada pasar-pasar tradisional dikarenakan kebiasaan, serta minimnya persepsi konsumen terhadap kinerja perusahaan yang berfokus pada kepuasan pelanggan. Potongan harga masih terjadi pada waktu tertentu saja, harapan konsumen potongan harga tidak berlaku pada waktu tertentu saja, namun dapat dilakukan secara berkala sesuai dengan perkembangan harga pasaran saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel kepuasan, reputasi, dan harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Minimarket Indomaret Karangbener Kudus baik secara parsial maupun berganda.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang berbelanja pada minimarket Indomaret Karangbener Kudus, yang jumlahnya tidak dapat diketahui secara pasti. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 98 responden. Uji instrumen data dilakukan melalui uji validitas, dan reliabilitas. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda, uji parsial (uji t), uji berganda (uji F), dan analisis koefisien determinasi (*Adjusted R Square*). Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasannya, maka diambil suatu simpulan adanya pengaruh yang positif dan signifikan variabel kepuasan, reputasi, dan harga terhadap loyalitas konsumen pada minimarket Indomaret Karangbener Kudus secara parsial pada hasil pengujian nilai t_{hitung} untuk variabel kepuasan sebesar 2,504, t_{hitung} untuk variabel reputasi sebesar 2,837, nilai t_{hitung} untuk variabel harga sebesar 4,758, ketiganya memiliki nilai $t_{hitung} >$ dari nilai t_{tabel} sebesar 1,661 selain itu juga ketiga variabel memiliki sig di bawah 0,05. Variabel kepuasan, reputasi, dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada minimarket Indomaret Karangbener Kudus secara berganda pada hasil pengujian nilai F_{hitung} sebesar 27,685 memiliki nilai $F_{hitung} >$ dari nilai F_{tabel} 2,701, dan *Prob Sig.* Sebesar 0,000 di bawah 0,05. Dari hasil analisis regresi pengaruh kontribusi ketiga variabel tersebut sebesar 45,2% terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Kepuasan, reputasi, harga, dan loyalitas konsumen.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SATISFACTION, REPUTATION, CONSUMER LOYALTY AND PRICE AGAINST (STUDY ON THE MINIMART INDOMARET KARANGBENER KUDUS)

Vera 'Inayah
NIM. 2012-11-038

Advisor I : Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM
II : Iwan Suroso, SE, MM

Phenomenon that occurs when particular loyalty on purchases at the Minimart Indomaret Karangbener Kudus is not yet on the whole the community choose to shop in stores, some people tend to still keep shopping at traditional markets due to habit, as well as the lack of consumer perception on performance company that focuses on customer satisfaction. Price cuts still occur at a certain time only, the expectation of consumers a discount is not applicable at certain times, but can be done on a regular basis in accordance with the development of the current market price. This research aims to test the variable satisfaction, reputation, and influence on consumer loyalty price at the Minimart Indomaret Karangbener Kudus well in partial or double.

The population in this research is the all consumers who are shopping in minimart Indomaret Karangbener Kudus, which amount cannot be known with certainty. The sample in this research as much as 98 respondents. Test data is done through instrument test of validity, and reliability. Data analysis using multiple regression analysis, the partial test (test t), multiple test (test F), and the analysis of the coefficient of determination (Adjusted R Square).

Based on the results of research and discussion, then taken a summary the existence of a positive and significant effect of the variable satisfaction, reputation, and loyalty towards the price consumers at a minimart Indomaret Karangbener Kudus partially on the results of testing the value t calculate the variable for the satisfaction of 2.504, t count to a variable reputation of 2.837, value t calculate for a variable price amounting to 4.758, the trio has a value t calculate t value from table > amounted to 1.661 third variables also have a sig below 0.05. The variable satisfaction, reputation, and price collectively influence on consumer loyalty in the minimart Indomaret Karangbener Kudus double on the results of testing the value F of 27.685 count has a value of F F value of > count table 2.701, and Prob Sig. Of 0.000 below 0.05. From the results of the regression analysis the influence of the variable third contribution amounted to 45.2% against the loyalty of consumers.

Keywords: Satisfaction, reputation, price, and consumer loyalty.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	3
1.3. Rumusan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	5
1.5.1. Manfaat Teoritis	5
1.5.2. Manfaat Praktis	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Kepuasan Konsumen	6
2.1.1. Pengertian Kepuasan Konsumen	6
2.1.2. Elemen Kepuasan Konsumen	7
2.1.3. Tipe-Tipe Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen....	8

2.1.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	9
2.1.5. Indikator Kepuasan Konsumen	10
2.2. Reputasi	11
2.2.1. Pengertian Reputasi	11
2.2.2. Indikator Reputasi	16
2.3. Harga	17
2.3.1. Pengertian Harga	17
2.3.2. Metode Penetapan Harga	19
2.3.3. Indikator Harga	22
2.4. Loyalitas Konsumen	23
2.4.1. Pengertian Loyalitas Konsumen	23
2.4.2. Jenis-Jenis Loyalitas Konsumen	24
2.4.3. Karakteristik Loyalitas Konsumen	26
2.4.4. Indikator Loyalitas Konsumen	27
2.5. Tinjauan Peneliitian Terdahulu	28
2.6. Kerangka Pemikiran	30
2.7. Hipotesis	30
BAB. III. METODE PENELITIAN	32
3.1. Rancangan Penelitian	32
3.2. Variabel Penelitian	33
3.2.1. Macam Variabel	33
3.2.2. Definisi Operasional Variabel	33
3.3. Jenis dan Sumber Data	35

3.3.1. Jenis Data	35
3.3.2. Sumber Data	35
3.4. Populasi dan Sampel	36
3.4.1. Populasi	36
3.4.2. Sampel	36
3.5. Pengumpulan Data	38
3.6. Uji Instrumen Data	40
3.6.1. Uji Validitas	40
3.6.2. Uji Reliabilitas	43
3.7. Pengolahan Data	44
3.7.1. <i>Scoring</i>	44
3.7.2. <i>Editing</i>	44
3.7.3. <i>Tabulating</i>	44
3.8. Analisis Data	45
3.8.1. Analisis Deskriptif	45
3.8.2. Analisis Statistik	46
3.8.3. Analisis Regresi Berganda	46
3.8.4. Analisis Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>) .	49
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	50
4.1.1. Sejarah Perkembangan Indomaret	50
4.1.2. Visi, Moto dan Budaya Indomaret	52
4.1.3. Pusat Distribusi	52
4.1.4. Sistem Teknologi Informasi	53

4.1.5. Pemasaran dan Promosi	54
4.1.6. Produk dan Jasa	54
4.2. Penyajian Data	55
4.2.1. Identitas Responden	55
4.2.2. Deskripsi Variabel Penelitian	57
4.3. Analisis Data	61
4.3.1. Analisis Regresi	61
4.3.2. Uji Hipotesis	63
4.3.3. Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>)	66
4.4. Pembahasan	67
4.4.1. Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen Minimarket Indomaret di Karangbener Kudus.....	67
4.4.2. Pengaruh Reputasi terhadap Loyalitas Konsumen Minimarket Indomaret di Karangbener Kudus	68
4.4.3. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen Minimarket Indomaret di Karangbener Kudus.....	69
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1. Kesimpulan	71
5.2. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Tinjauan Penelitian	28
3.1. Tabel Z (penentuan sampel)	37
3.2. Hasil Uji Validitas Instrumen Kepuasan	41
3.3. Hasil Uji Validitas Instrumen Reputasi	41
3.4. Hasil Uji Validitas Instrumen Harga	42
3.5. Hasil Uji Validitas Instrumen Loyalitas	42
3.6. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	43
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia	56
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.4. Frekuensi Variabel Kepuasan (X_1)	58
4.5. Frekuensi Variabel Reputasi (X_2)	59
4.6. Frekuensi Variabel Harga (X_3)	60
4.7. Frekuensi Variabel Loyalitas (Y)	61
4.8. Hasil Analisa Regresi	62
4.9. Hasil Analisis Parsial dengan Uji t test (Dengan Signifikansi = 5% satu sisi).....	64
4.10. Hasil Analisis Berganda (Dengan Signifikansi = 5%)	65

DAFTAR GAMBAR		Halaman
Gambar 2.1.	Empat Sisi Reputasi	13
2.2.	Kerangka Pikir Penelitian	30
3.1.	Rincian Pengambilan Responden	38
4.1.	Penerapan Keterkaitan Kepuasan, Reputasi, dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada Minimarket Indomaret Karangbener Kudus	70

